

Roll No. ....

(12/24)

**4535**

**B.Com. (Gen./Voc.) EXAMINATION**

(For Batch 2017 & Onwards)

(Fifth Semester)

**ADVERTISING**

**BC-5.6**

*Time : Three Hours*

*Maximum Marks : 80*

**Note :** Attempt *Five* questions in all. Attempt four questions having 15 marks each, selecting at least one question but not more than two from each Unit. Q.No. 10 comprising of 5 short questions having 4 marks each is compulsory.

**Unit I**

1. What is the meaning of communication ?

Explain the process of communication.

2. What do you mean by e-Advertising ? Discuss the advantages and disadvantages of e-Advertising ?
3. What is meant by advertising budget ? Explain the various methods of framing advertising budget.

### Unit II

4. Explain the features of an effective advertisement copy.
5. What is the meaning of advertising appeal ? What are the various types of advertising appeals ?
6. What is advertising effectiveness ? What are the difficulties in the evaluation of ad-effectiveness ?

### Unit III

7. What do you mean by advertising agency ? What is its benefit for clients and media ?
8. Write a note on factors affecting the consumer behaviour.
9. "Advertising must feel moral responsibility towards advertising". Comment and discuss various ethical aspects of advertising.

### (Compulsory Question )

10. Define the following :
  - (a) Difference between advertising and sales promotion.
  - (b) Advertising Planning.
  - (c) Teaser advertisement copy.
  - (d) Green advertising.
  - (e) Special service advertising agency.

(Hindi Version)

नोट : कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रत्येक इकाई से कम से कम एक प्रश्न परन्तु दो से अधिक नहीं, चुनते हुए 4 प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रत्येक प्रश्न 15 अंक का है । प्रश्न क्र. 10 अनिवार्य है । इसमें पाँच लघु उत्तरीय प्रश्न हैं तथा प्रत्येक के 4 अंक हैं ।

इकाई I

1. संचार का क्या अर्थ है ? संचार की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए ।
2. ई-विज्ञापन से आपका क्या अभिप्राय है ? ई-विज्ञापन के गुणों व दोषों का वर्णन कीजिए ।
3. विज्ञापन बजट से क्या अर्थ है ? विज्ञापन बजट-निर्माण की विभिन्न विधियों की व्याख्या कीजिए ।

इकाई II

4. प्रभावकारी विज्ञापन प्रति की विशेषताओं का वर्णन कीजिए ।

5. विज्ञापन अपील का क्या अर्थ है ? विभिन्न प्रकार की विज्ञापन अपीलों क्या हैं ?
6. विज्ञापन प्रभावोत्पादकता का क्या अर्थ है ? विज्ञापन प्रभावोत्पादकता के मूल्यांकन में आने वाली कठिनाइयाँ क्या हैं ?

इकाई III

7. विज्ञापन एजेंसी से आपका क्या अभिप्राय है ? इसके विज्ञापनकर्ता और मीडिया के लिए क्या लाभ हैं ?
8. उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले घटकों पर एक टिप्पणी लिखिए ।
9. “विज्ञापनकर्ता को विज्ञापन के प्रति अपने नैतिक उत्तरदायित्वों को अनुभव करना चाहिए ।” इस कथन पर अपने विचार दीजिए और विज्ञापन के विभिन्न नैतिक पहलुओं की व्याख्या कीजिए ।

( अनिवार्य प्रश्न )

10. निम्नलिखित को परिभाषित कीजिए :

- (अ) विज्ञापन और विक्रय संवर्धन में अन्तर
- (ब) विज्ञापन नियोजन
- (स) तंग करने वाली विज्ञापन प्रति
- (द) हरित विज्ञापन
- (इ) विशिष्ट सेवा देने वाली विज्ञापन एजेंसी ।